

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al-swidi, A. K., Mohammed, S., & Huque, R. (2014). *The role of subjective norms in theory of planned behavior in the context of organic food consumption* Article information : September. <https://doi.org/10.1108/BFJ-05-2013-0105>
- Amalia Probosini, D., Hidayat, N., & Yusuf, M. (2021). Pengaruh Promosi dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 445–458.
- Andarista, F., Santi Hariyani, D., & Ula Ananta Fauzi, R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Promosi Terhadap Minat Beli Brand Erigo Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 01(02), 36–44.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- As'ad, A.-R. H., & Alhadid, A. Y. (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan. *Rev. Integr. Bus. Econ. Res*, 3(1), 335.
- Aydin, S. (2016). A qualitative research on foreign language teaching anxiety. *Qualitative Report*, 21(4), 629–642. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2016.2232>
- Ayu, I. G., Inten, M., & Suarmana, I. W. R. (2022). *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis Pengaruh brand image dan iklan media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen The effect of brand image and social media advertising on consumer purchase decisions*. 01(12), 3626–3641.
- Bagher, M., Larsson-Callerfelt, A. K., Rosmark, O., Hallgren, O., Bjermer, L., & Westergren-Thorsson, G. (2018). Mast cells and mast cell tryptase enhance migration of human lung fibroblasts through protease-activated receptor 2. *Cell Communication and Signaling*, 16(1), 1–13.

<https://doi.org/10.1186/s12964-018-0269-3>

- Baldangombo, U. (2023). *Consumer Shopping Lifestyle Analysis on Buying Decisions*. 15(8), 1–9. <https://doi.org/10.7176/EJBM/15-8-01>
- Darojat, T. A. (2020). Effect of Product Quality , Brand Image And Life Style Against Buying Decision Journal of Management Science ( JMAS ). *Journal of Management Science (JMAS)*, 3(2), 51–57.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Fauzi, A., Punia, I. N., & Kamajaya, G. (2017). Budaya Nongkrong Anak Muda di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Denpasar). *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)*, 3(5), 1–3.
- Firmansyah, A. (2018). *Pengantar Manajemen. Edisi ke-1*. Yogyakarta : Deepublish.
- Garcia-Penalvo, F. J., Rector, R. R. O., Rodriguez-Conde, M. J., & Rodriguez-Garcia, N. (2020). The institutional decisions to support remote learning and teaching during the COVID-19 pandemic. *International Conference on Virtual Campus, JICV*, 3–5. <https://doi.org/10.1109/JICV51605.2020.9375683>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo. Press.
- Indriyanto, Y., & Hutauruk, B. M. (2023). Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Cikarang Pusat. *Jurna Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(18), 793–805.
- Jecky, & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Iklan Media Elekrtonik dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 1(3), 307–312. <https://doi.org/10.33752/bima.v1i3.5377>

- Junifanto, I., & Handoko, Y. (2024). *Pengaruh Brand Image , Lifestyle , Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kopi*. 2, 619–631.
- Kasali, R. (2009). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Grafiti.
- Khairunnisa, S., Budiyantri, H., & Haeruddin, M. I. W. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow (Studi Kasus Pada Konsumen Distributor Ms Glow Panakukkang Di Kota Makassar). *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(4), 110–126. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v2i4.502>
- Kotler, & Keller. (2011). *Marketing Management edisi 13*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller., K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Lazuardy, I. T. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Life Style, dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue di Yogyakarta Iman. *Cakrawangsa Bisnis*, 4(2), 31–42.
- Lestari, D. F., & Azizah, J. N. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce shopee di Kota Cilegon. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan ( JABT )*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.7454/jabt.v6i1.1094>
- Mahyuzar, H., & Roostika, R. (2018). *Konseptual Model Dimensi Aktivitas Pemasaran Media Sosial*. 66.
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(3), 1370–1385. <https://doi.org/10.53682/mk.v4i1.5821>
- Megayani, & Marlina, E. (2019). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 175–193. <https://ejournal.stei.ac.id/index.php/JAM/article/view/277>

- Mongisidi, S. J., Sepang, J., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square) Effect Of Lifestyle And Price On The Decision Of Purchase Of Nike Shoes (Case Study Of Manado Town Square). *Jurnal EMBA*, 7(3), 2949 – 2958.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Rismayati, R. D. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 36–47.
- Mukhadis, A., & Nurul, U. (2016). Pembelajaran Terintegrasi Model Shared Berbasis Gallery Project Matakuliah Metodologi Penelitian Dan Skripsi Untuk Meningkatkan Kualitas Dan Mempercepat Penyelesaian Studi Mahasiswa Kependidikan. In *Kontribusi Hasil Penelitian Untuk Peningkatan Kualitas SDM* (pp. 407–418).
- Mukuan, D. D. ., Tendean, V. S., & Tampi, J. R. . (2023). Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Starbucks Manado Town Square. *Jurusan Ilmu Administrasi*, 4(1), 61–67.
- Muslim, A. W. (2018). Pengaruh Media Sosial, E-Service Quality dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Oleh Gaya Hidup. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 145–162.
- Nalendra, A. R. A., Winarno, S. H., & Priadi, A. (2023). Mixue Expansion Strategy: The Effect of Location , Price , Lifestyle on Purchasing Decision and Brand Image as Intervening. *JMDK: Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 95–103.
- Neti. (2015). Social Media and Its Role in Marketing. *Business and Economics Journal*, 07(01). <https://doi.org/10.4172/2151-6219.1000203>
- Penora, Y., Fauzi, D., & Dermawan, A. (2022). Perilaku Konsumen Kopi di Parewa Coffee Shop Kota Padang. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 7(5), 182–189. <https://doi.org/10.37149/jia.v7i5.63>
- Putra, I. G. B. S., & Abiyoga, N. L. A. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal*

*Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(2).

- Rahmayanti, N., & Saifuddin, M. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved di Thriftshop Online Instagram. *Cakrawala: Management Business Journal*, 4(2), 847–868. [www.digimind.id](http://www.digimind.id)
- Ramadhani, H. S., Dharmoputra, S., & Telkom, U. (2019). *Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness , Brand Image , Dan Brand Loyalty ( Studi Kasus : Followers Pada Instagram Lazada . Co . Id ) The Influence Of Social Media Marketing Activities Lazada*. 6(2), 2311–2320.
- Richadinata, K. R. P., & Astitiani, N. L. P. S. (2021). Pengaruh Iklan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Lingkungan Universitas Bali Internasional. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(2), 188. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i02.p05>
- Rose, T., & Nofiyanti, F. (2020). Brand Image of Interest in Buying Current Coffee Consumers in Jakarta. *Journal Literatus*, 2(1), 40–51.
- Sabran, B. (2009). Manajemen pemasaran. In *Jakarta: Erlangga*.
- Said, I., Matheosz, J. N., & Mamosey, W. E. (2022). Perilaku Mahasiswa di Kedai Kopi Titiwungen Utara Kota Manado (Studi Kasus Rumah Kopi Billy). *Holistik*, 15(4), 1–15.
- Salsabila, H. F. (2021). *Pengaruh iklan media sosial , electronic word of mouth , dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian Effect of social media advertising , electronic word of mouth , and perceived quality on purchasing decisions*. 18(4), 722–732.
- Sanjaya, A., Ilmu, F., Politik, I., & Bisnis, A. (2023). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Pada Pengguna Scarlet Whitening di Kota Samarinda )*. 13(2), 116–120.
- Saputro, I. B. (2019). Pengaruh Price Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(1), 35–47.
- Savitri, J. D., & Wibisono, D. (2020). Analisis Iklan Di Sosial Media Dan Komunikasi Word Of Mouth Terhadap Brand Image (Studi Kasus Pada

- Monokrom Store Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 20(2), 137–141.
- Sawitri, H., & Yuziani. (2021). Gender dan Kebiasaan Minum Kopi Pada Mahasiswa Program Studi Kedokteran Universitas malikussalam. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Diagnosis*, 16(4), 168–172.
- Selvi, & Ningrum, L. (2020). Gaya hidup minum kopi dalam pengambilan keputusan pembelian kopi (studi kasus pada kopi kenangan gandaria city - jakarta). *Kepariwisata : Jurnal Ilmiah*, 14(1), 23–30.
- Sitompul, D. P., & Ferawati, F. (2021). The Influence of Social Media Advertising on Purchasing Decisions at Startup Companies. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 14–19. <https://doi.org/10.36555/almana.v5i1.1527>
- Sitorus, A. O., & Khatibah, K. (2024). Social Media Communication Strategy of Al-Izzah Campus Da'wah Institute UIN North Sumatra in Optimizing the Spread of Islamic Values on Social Media. *Journal La Sociale*, 5(4), 1130–1138. <https://doi.org/10.37899/journal-la-sociale.v5i4.1298>
- Subiyanto, R. S., & Amirulmukiminin. (2023). Pengaruh Lifestyle dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Nmax di Kota Bima. *Journal of Student Research (JSR)*, 1(5), 70–87. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.1602>
- Sudarsono. (2020). *Manajemen pemasaran* (Issue 62). CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Triandewi, E., & Tjiptono, F. (2013). Consumer Intention to Buy Original Brands versus Counterfeits. *International Journal of Marketing Studies*, 5(2), 23–32. <https://doi.org/10.5539/ijms.v5n2p23>
- Trihudiyatmanto, M. (2023). Efek Life Style dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang di Mediasi oleh Variabel Brand Image. *Jurnal*

*Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 3(6), 83–96.

- Wahyuni, S., Rahayu, T., Distinarista, H., Wuriningsih, A. Y., & Nofitasari, S. D. (2019). Spiritual intervention and thermal stimulation in pregnant women with back pain. *Journal of Public Health Research & Development*, 10(8), 2746–2750. <https://doi.org/10.5958/0976-5506.2019.02286.1>
- Warganegara, T. L. P., & Safitri, D. (2023). Pengaruh Promosi Online dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk UMKM Kopi Kenangan Ruko Ahmad Yani di Bandar Lampung. *Jurnal EMT KITA*, 7(2), 521–529. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i2.1159>
- Widiyanti, D., & Harti. (2021). Pengaruh Self-Actualization dan Gaya Hidup Hangout terhadap Keputusan Pembelian di kedai Kopi Kekinian Pada Generasi Milenial Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 50–59. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.50>
- Yulianti, Y., & Deliana, Y. (2018). Gaya Hidup Kaitannya dengan Keputusan Konsumen dalam Membeli Minuman Kopi. *Jurnal AGRISEP*, 17(1), 39–50. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.17.1.39-50>